

· 资讯 ·

## 月嫂薪资赶超金融海归男

月嫂、整理师等高薪女蓝领的薪酬已比肩甚至赶超当下最热的互联网工程师、金融海归男。这是分类信息网站百姓网的蓝领招聘数据显示的结果。

百姓网数据显示,2016年,一二线城市女性蓝领薪资同比上涨11.8%,其中上海平均月薪最高,为5233元;深圳和北京紧随其后,分别为5163元和5026元。

“相比于二三线城市,一线城市女性蓝领的需求更大。”百姓网数据分析师表示,以月嫂/育婴师、保姆、护工等家政类服务为例,一线城市需求远大于供给,多家争抢一位月嫂的事情也时有发生。“加上一线城市生活成本相对更高,一线城市女性蓝领的薪资高于二三线城市也是可以预料到的。”上述分析师提到。他还指出,近年来蓝领技能水平的提升,一定程度上也影响了女性蓝领的薪资。

“除了近来火爆的家政行业,其他行业也能产生高薪女蓝领。”百姓网蓝领招聘负责人表示,随着电商O2O的发展,女性蓝领职位也在发生变化。

## 连锁业O2O大会下周启动

由中国连锁经营协会(CCFA)主办的“2016中国连锁O2O大会暨第十三届零售业信息化峰会&电商峰会”将于3月16日-18日在深圳召开。

本届会议主题为“企业数字化转型之路”。会议将围绕“探寻消费者和商业模式的变与不变”、“如何克服企业数字化转型带来的挑战”、“企业数字化转型之路——标杆企业分享”等重点议题展开深入探讨。此外,会议设有多场专题讲座,分享“大数据”、“客户体验”、“跨境电商”、“行业趋势”等内容。

会议源于2004年开始每年举办的“信息化峰会”,随着电商的快速发展,协会于2012年开始举办“电商峰会”。为更好地整合资源,协会将两个峰会合并召开,简称为“O2O大会”。据北京商报记者了解,目前,已经有超过300家企业报名参会。除了开放会议外,中国连锁经营协会还将举行中国零售业全渠道(O2O)50人论坛及中国连锁经营协会全渠道零售委员会例会。

## 国美用最强“链接”再造消费节

国美日前宣布从3月11日-15日再次启动以“黑色星期伍”为主题的大促。国美除线上线下全渠道营造3月大促外,还利用微店、售后服务“国管家”,形成与消费者的强链接。

国美“黑色星期伍”全国主题活动创立于2015年,旨在“3·15”期间,为消费者打造低价商品、最优物流与售后服务权益的消费节日。今年提出了“全渠道、新场景、强链接”的战略行动方向,希望通过自身的变革去抓住消费者需求的变化。

国美以2015年国美消费趋势数据解读了消费行为。消费者购物理性逐渐回归,价格不再是单一主导因素,他们对提升生活品质有所倾向,代表绿色、时尚、品质生活的家电销量持续走高。

国美电器总裁王俊洲表示,除了根据大数据分析与品牌商联手将家电、数码产品进行底价促销外,今年国美将借助前端门店和后端供应链的优势,重拳出击“家电后服务市场”。

## 亚马逊中国瞄准“她”经济

面对最具购买潜力的女性市场,各大电商早已开始磨刀霍霍,瞄准女性这一主力市场。亚马逊中国日前宣布,亚马逊中国已于3月7日推出为期两周的“摩登家庭”国际大牌购物狂欢节。亚马逊中国副总裁牛英华表示,与仅仅关注女性消费者的需求不同,“摩登家庭”围绕女性消费者不同角色尤其是作为家庭成员的需求,推出可以满足家庭成员的一站式采购。

不仅是亚马逊中国,在刚刚过去的“3·8”妇女节期间,京东推出“蝴蝶节”主打个护、美妆等品类;苏宁易购则推出闺蜜节专场;国美在线推出“女人节”。围绕她经济,各大电商磨刀霍霍,但纵观国内网站,依然未能脱离价格大战抢占市场。如1号店部分商品3.8折起、京东国际护肤自营类满199减100等。

牛英华表示,目前亚马逊中国并非以价格战为主,原因在于亚马逊中国海外购选品已超过1000万,且选品直接从供货商处拿货减少了很多中间环节,可以做到与美国亚马逊同质同价。

北京商报综合报道

# 农村电商亟须打造全产业链

## ——专访苏宁云商董事长张近东



### 打造农村电商孵化器

京东、阿里、苏宁等电子商务企业纷纷布兵农村,或通过加盟拓展农村销售网点,或通过深入村镇的服务点为工业品下乡做前阵,或通过农产品进城拓展新业务增长点。刚刚公布的政府工作报告也明确提出“推动电子商务进农村”。

农村虽成为电商大军的新战场,但农村的物流、人才等弊端也是现实。张近东在接受北京商报记者时表示,农村地区电商人才缺乏、农民对电商的接受度不高已经成为电子商务在农村进一步发展的瓶颈。不仅如此,目前,农村电商培训大多局限在教授电商平台的使用环节上,并未形成从农户生产、计划到平台运营、产品推广、物流运输的全产业链深入。

张近东建议,应该由国家牵头来打造一个跨平台的农村电商教育孵化体系,将各类涉农专家、企业电商平台专家、数据分析专家等聚集在这一平台上,打造一个可持续发展的农村电商人才培养生态圈,从前端入手,进行全方位培训。

同时,通过政策支持和资源配置,鼓励具有实力的电商企业尤其

农村电商和创业环境是今年全国两会关注度较高的热词。全国政协委员、苏宁云商董事长张近东根据苏宁转型互联网企业的自身经验,提出通过系统培训,让“互联网+”意识进入农村;下月苏宁创业园将正式开营,并聘请包括凯文·凯利在内的多位创业导师成为其合作伙伴,为创客们提供专业指导。

是大型平台企业为农村电商人才提供实践机会和共享大数据等,进一步促进农产品进城,增加农民收入,利用农村电商实现脱贫致富。

“不断改进电子商务人才的培养模式,培养更多符合市场需求的专业人才,尽快弥补农村电商的人才缺口,才是农村电商持续健康快速发展的必由之路。”张近东强调。

### 创新是“剩者为王”

“创新从来不是三天打鱼、两天晒网的事情,不仅需要创意,还需要资金、技术、人才等大量的资源整合,以及时间的积累。”张近东认为,创新是引领发展的第一动力,而创新就是“剩者为王”,往往最后坚持下来的企业才是最成功的企业,坚持到最后的创新才具有价值。

一流企业做生态,二流企业做平台,三流企业做产品。实际上,在营造创新创业生态圈方面,苏宁已经超前行动起来。去年12月苏宁正式对外宣布前期投入3亿元启动资金,在其南京总部附近打造集工作、休闲、娱乐为一体的创客空间,总面积达1万平方米。据悉,苏宁创客空间今年4月将正式开营。除了硬件上的扶持,苏宁还将邀请包括凯文·凯利在内的多位创业导师成为其合作伙伴,为创客们提供专业指导。

“我们要在IP、影视、影院、足球、游戏、创业孵化等方面,为年轻人打造事业、梦想与快乐的一揽子支持平台,为年轻人创造成长的风口。”常常把创业比做终身职业的张近东,显然更乐于为广大创客们提

供支持。当然,这无疑将为旨在构建生态圈的苏宁带来新鲜血液,也可推动社会创新发展。

### 首谈与格力破冰

传言多日的苏宁与格力打破两年僵局将再度合作一事,张近东笑而承认,这也是苏宁方面首次对双方合作对外发声。张近东坦言,互联网时代没有永久的敌人,合作是共识。格力是知名品牌,苏宁没理由不卖。张近东强调,“与董姐是多年老朋友”。一句话化解了苏宁与格力断交两年的恩怨。

张近东表示,苏宁已完成互联网转型,在2015年已经与阿里巴巴集团、万达集团达成合作,对于品牌企业苏宁是合作的。格力是知名品牌,苏宁没有理由不卖格力产品。

对于2004年苏宁与格力因协议条款未谈妥而中止合作一事,张近东认为,企业发展中有各自的规划,苏宁与格力都是有个性、发展目标的企业。不同时期企业有不同利益,企业利益发生冲突的时候选择合作与不合作是正常的。格力上世纪90年代后期开始走专卖店、区域公司模式,而苏宁走的是大连锁路线。两种方式是有冲突的,不合作是有企业判断的问题,是有各自主张的问题。今天看,实际是新的渠道问题,线上线下多渠道发展的问题。现在大家把过去问题看淡了,合作是必然的。

另外,对于一些电商企业的亏损问题,张近东直言,“如果亏10亿元苏宁就会毁掉,100亿元我就不会出现在这里。苏宁亏100亿元的话,给整个社会带来的损失可能就是1000亿元”。北京商报记者 吴文治

## 深耕产业链金融 民生易贷成交额超150亿

继在2015年快速增长后,网贷行业的成交量今年出现负增长。与此同时,一些平台凭借突出的优势脱颖而出。

近日,民生电商旗下投融资平台民生易贷对外宣布,其累计交易额已经突破150亿元。此时,距其交易规模突破100亿元刚过去4个月,距其成立仅过去18个多月。

“民生易贷的较快发展,得益于我们深耕产业链金融以及追求稳健。”民生易贷CEO陶静远说,“无论是在融资企业的选择还是风险控制上,民生易贷都更多地从产业链角度出发。我们追求稳,不会因为市场环境而降低风控标准,不会为了交易额而干涉资产标的的市场定价,业务的创新也是坚持合规化。”

受资产荒及春节等因素影响,网贷行业整体成交趋冷。据网贷之家统计,网贷行业2月的成交环比下降13.33%。然而,民生易贷的成交量却

稳步增长,截至2016年2月底,平台的累计交易额超过150亿元。这意味着其最近4个月成交了50亿元。

“民生易贷交易额的稳定增长得益于公司在获取优质资产方面较强的能力,以及积累的良好品牌影响力等。”陶静远认为,在经济面临下行压力的当下,优质资产更为稀缺,加上互联网金融行业由乱转治、加速洗牌,优质资产的争夺成为竞争的关键。

据陶静远介绍,相对于单纯解决融资需求的网贷平台,民生易贷深耕产业链金融,致力于为产业链各企业提供融资服务。无论是融资企业的选择还是风控,都更多地从产业链角度出发。

以民生易贷今年2月推出的良性天下产品为例,融资方为某大型冷链食品企业的股东,融资款项用于在某大型食材供应链交易平台向进口商采购冷冻食品并加工销售给

下游餐饮和经销企业,融资人以其采购的商品进行质押担保。

“在与供应链核心企业的合作中,民生易贷通过核心企业上下游关系,考察融资企业与核心厂商之间的履约能力和合作关系。同时考量核心企业在行业中的稳定性、竞争能力,与核心企业合作控制风险。”陶静远说。

此外,民生易贷还打造了民生e房、大米理财、奶粉理财等,通过互联网方式省去诸多中间环节,将融资属性和消费属性结合起来,变革传统行业产业链。

“在大家对收益率敏感、竞相攀比的环境下,民生易贷严格遵循各类资产的市场定价,并以此作为产品收益率的依据,只有这样才符合金融规律,才能持续。”陶静远说,民生易贷要提供的是稳健的产品,在风险可控的前提下,兼顾收益率和流动性。